

打破传统企业营销格局 把握做大做强最佳时机

微信O2O

100家公司的微信营销之道

常建功 编著



100个
案例

互动式推送 + 活动式营销 + O2O模式

在移动时代，不懂O2O，
不会微信营销，就等于没有营销



中国工信出版集团



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

微信O2O

100家公司的微信营销之道

常建功 编著

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 • BEIJING

内容简介

微信已经大大改变了人们的生活,从衣食住行这些人们最基础的需求出发,微信已经都能满足,O2O 的火爆又让微信成了连接线上和线下的有力武器。对于普通人来说,生活更方便了;对于商家来说,更直接地面对用户了。本书介绍的就是如何拉近商家与用户的案例,通过分析 100 个案例,真正帮助商家实现微信公众号从“有”到“有用”的飞跃。

本书包含 12 章 100 个案例,基本上涉及了目前市场上所有的行业,包括餐饮、娱乐、金融、汽车、生活、教育、旅游、房地产、酒店、互联网等等,所选案例都是最具行业代表意义的,所说的营销方式都是目前最流行、最实用的。希望本书不仅能开拓您的视野,还能让您在微信客户开发上大放异彩。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

微信 O2O: 100 家公司的微信营销之道 / 常建功编著. —北京: 电子工业出版社, 2015.8
ISBN 978-7-121-26162-6

I. ①微… II. ①常… III. ①网络营销 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 114167 号

责任编辑: 张 毅 特约编辑: 徐 岩

印 刷: 三河市鑫金马印装有限公司

装 订: 三河市鑫金马印装有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编: 100036

开 本: 720 × 1000 1/16 印张: 19 字数: 325 千字

版 次: 2015 年 8 月第 1 版

印 次: 2015 年 8 月第 1 次印刷

定 价: 49.80 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

前言

微信重新定义了品牌与用户之间的交流方式。品牌可以为用户提供更加丰富的贴身服务，制定更明确的营销策略，而且这些营销内容的到达率几乎为 100%。

所以，只要是品牌，只要做服务，就万万离不开微信。越来越多的企业围绕微信，又展开了线上、线下融为一体的 O2O 服务，使得微信+O2O 一跃成为 2014 年最热的商业词汇。本书精选的 100 个案例，会告诉你微信为什么这么火，如何结合微信实现真正的 O2O 线下服务，以及如何真正地吸引用户、黏住用户。

通过本书，我们能深刻了解微信和 O2O 组合实战的一些营销方法和技巧，这里先让大家一览为快：

◆ 互动式推送微信

通过一对一的推送，品牌可以与粉丝开展个性化的互动活动，提供更加直接的互动体验。

◆ 活动式微信

举办各种活动，增加用户的黏性和公众平台的打开率和转发率。

◆ 陪聊式对话微信

让品牌用户之间做交互沟通，提供自动+人工的回复形式，让用户感觉更温馨和更及时。

◆ O2O 模式——二维码

随时随地出现的二维码，用户可以通过扫描查信息、返券，还可以扫描玩游戏，商家通过这些二维码，直接面对用户。

◆ 社交分享——第三方应用

应用开发者可通过微信开放接口接入第三方应用，还可以将应用的 LOGO 放入微信附件栏中，让微信用户方便地在会话中调用第三方应用进行内容选择与分享。

◆ 地理位置推送——LBS

用户点击“查看附近的商家”后，可以根据自己的地理位置查找到周围的商家，还可以接收商家的推送优惠券或活动信息，真正地一对一即时沟通。

以上六种模式，本书都提供了很多案例加以详细说明，在移动时代，不会微信营销，不懂 O2O，就等于没有营销。笔者希望本书中的营销技巧，能让各小企业主站在大咖的肩膀上，做出更好的营销和更为动人的用户体验。

目 录

第 1 章 微信、O2O 的大时代背景 / 1

- 1.1 微信和公众号 / 2
- 1.2 微信做 O2O 的优势 / 3
- 1.3 微信 O2O 营销的优势 / 4
- 1.4 这些行业的营销都离不开微信 / 5
- 1.5 微信 O2O 行业解决方案 / 8

第 2 章 娱乐行业必看的经典案例 / 10

- 2.1 唱吧：想唱就唱，免费 K 歌曲 / 11
- 2.2 QQ 音乐：微信音乐排行榜 / 14
- 2.3 腾讯游戏：火遍全国的手游商城 / 15
- 2.4 好乐迪 KTV：不是消费是“玩” / 20
- 2.5 酷狗音乐：酷狗音乐随心唱 / 24
- 2.6 天天酷跑：微信捆绑营销 / 26
- 2.7 钱柜 PARTYWORLD：微信会员卡黏住用户 / 28
- 2.8 PPS 游戏平台：发送游戏礼包 / 33
- 2.9 经典飞机大战：捆绑游戏微信营销 / 35

第 3 章 金融行业必看的经典案例 / 37

- 3.1 交通银行信用卡：手机就能搞定的微信信用卡 / 38
- 3.2 中国招商银行：您家里的微银行 / 43
- 3.3 和讯网：微信价值互动平台 / 48

- 3.4 中金在线：微信端的实时股票行情 / 50
- 3.5 广发证券债券部：证券信息更及时 / 54
- 3.6 汇闻录：邀你进入微外汇时代 / 55
- 3.7 纵横金市：深入解读黄金市场 / 56
- 3.8 平安寿险：最大最全的微保险 / 57

第 4 章 汽车行业必看的经典案例 / 61

- 4.1 接我：力求“拼到车”的拼车 App / 62
- 4.2 新浪汽车：互动式推送 / 65
- 4.3 易到用车：用 O2O 模式改变租车行业 / 70
- 4.4 上海大众：线上线下配合推广 / 72
- 4.5 汽车之家：玩转定位 / 77
- 4.6 腾讯汽车：信息互动关键词库 / 80
- 4.7 比亚迪汽车：微信预约试驾 / 83
- 4.8 黄石长城汽车 4S 店：微售后 / 86
- 4.9 网上车市：第一时间微播报 / 88

第 5 章 生活服务行业必看的经典案例 / 91

- 5.1 到喜啦：从婚宴切入婚庆 O2O / 92
- 5.2 e 洗网：重视线下管理系统的洗衣 O2O 平台 / 95
- 5.3 美乐乐：从家具电商转型 O2O / 98
- 5.4 易结网：以内容为驱动的婚庆 O2O / 100
- 5.5 阿姨来了：经纪人制度的家政 O2O 企业 / 103
- 5.6 深圳海岸城：官网微信强强联合 / 106
- 5.7 乐友孕婴童：进行全渠道零售的母婴 O2O 模式 / 109
- 5.8 奈瑞儿：自定义菜单微服务 / 112
- 5.9 尚品宅配：用 O2O 模式提供家居定制服务 / 117
- 5.10 IT 茶馆：互动式推送服务 / 118

第 6 章 教育行业必看的经典案例 / 120

- 6.1 长春领商商学院：一切为学生服务 / 121
- 6.2 西安翻译学院招生就业中心：微信招生 / 124
- 6.3 天翼阅读：分享阅读乐趣 / 127
- 6.4 西安交通大学：教务服务就在同学身边 / 128
- 6.5 北京新东方学校：提供人工服务的微信 / 131
- 6.6 春蕾幼儿园：革命性家校沟通方式 / 132
- 6.7 扬格外语学校：生源成功率达 90% / 134
- 6.8 腾讯大学：移动学习平台 / 135

第 7 章 旅游行业必看的经典案例 / 137

- 7.1 旅游卫视：带有 CRM 的微信号 / 138
- 7.2 蚂蜂窝：撮合用户和服务供应商的旅游社区 / 141
- 7.3 艺龙旅行网：时时有活动，省钱 / 146
- 7.4 同程网：旅行装备 / 151
- 7.5 途牛旅游网：各种活动停不下来 / 154
- 7.6 小猪短租：提供带有人情味的短租 O2O 服务 / 160
- 7.7 途家网：用 O2O 改造度假租赁行业 / 163
- 7.8 携程：旅游业的完美 O2O 体验 / 166
- 7.9 旅游百事通：您身边的旅游管家 / 168
- 7.10 景点打折门票：LBS 快速定位周边景区 / 169

第 8 章 房地产行业必看的经典案例 / 171

- 8.1 北京买房：一对一贴身定制服务 / 172
- 8.2 CRIC 研究中心：第一手楼市信息 / 174
- 8.3 微信楼盘库：购房新利器 / 176
- 8.4 深圳万科：业主反馈更及时 / 178
- 8.5 万通上园国际：组团看房 / 180

8.6 裕丰青鸟香石公寓：微网站更便捷 / 181

8.7 搜狐焦点：专业的移动购房指南 / 183

第 9 章 酒店行业必看的经典案例 / 186

9.1 快捷订酒店：LBS 快速定位周边酒店 / 187

9.2 都市 118 连锁酒店：轻轻松松手机预订 / 189

9.3 布丁酒店：不满意 0 秒退房 / 193

9.4 速 8 酒店：绑定会员预订 9.5 折 / 195

9.5 今夜酒店特价：“零花钱”计划 / 197

9.6 携程 EBooking 酒店管理系统：与网站结合线上推广 / 200

9.7 百伦国际酒店：微信+微博一体化 / 201

第 10 章 互联网行业必看的经典案例 / 203

10.1 魅族科技：微活动迎来粉丝 / 204

10.2 京东商城：微购物一条龙 / 208

10.3 大麦网：个性化票务营销 / 210

10.4 时光网：专注于电影的社区网站 / 214

10.5 中国电信手机营业厅：手机上的营业厅 / 217

10.6 蘑菇街：2 亿微信用户在蔓延 / 220

10.7 当当网：扫一扫封面微信营销 / 221

10.8 百度地图：样样在行的图姐 / 222

10.9 273 二手车交易网：二手车免费评估 / 224

第 11 章 餐饮行业必看的经典案例 / 226

11.1 好豆网：主打移动端的菜谱 O2O / 227

11.2 多元锦江大饭店：预订客房送彩票 / 230

11.3 肯德基宅急送：移动微信快速订餐 / 234

11.4 餐饮微时代：将餐厅开在手机里 / 236

11.5 海底捞火锅：移动体验高于一切 / 238

- 11.6 青年菜君：用线上预订+地铁自提的 O2O 模式卖菜 / 243
- 11.7 楼下 100：烘焙美食的 O2O 尝试 / 245
- 11.8 开吃吧：无线订餐机接单的外卖 O2O / 248
- 11.9 美食杰：以体验为核心的美食 O2O / 250
- 11.10 星巴克中国：整合一切微营销 / 254

第 12 章 其他行业必看的经典案例 / 258

- 12.1 热点瑜伽：微视频+微图片 / 259
- 12.2 爱奇艺：互动点播 / 261
- 12.3 海南航空：微信航空售票 / 263
- 12.4 欧珀莱：无处不在的 O2O 营销 / 268
- 12.5 聚美优品：多媒体整合营销 / 273
- 12.6 林清轩：一家传统护肤品牌的 O2O 之路 / 275
- 12.7 健网：私人健身工作室 / 278
- 12.8 航班管家：打造完美旅程 / 279
- 12.9 上品折扣：融合线上和线下，积极尝试 O2O / 282
- 12.10 春雨医生：你身边的微信医生 / 285
- 12.11 珀莱雅：陪聊式微信对话 / 287
- 12.12 金鹏健身会所：健身会所微信新体验 / 288
- 12.13 搜狐视频：互动式营销 / 289

第 1 章

微信、O2O 的大时代背景

2012 年，腾讯总裁马化腾就说过，当下移动互联网具有两大新机遇：O2O（Online To offline，即线上到线下）和二维码。当时的二维码，大家还不知道怎么用，但 3 年了，微信二维码和 O2O 的结合，已经成为线上、线下结合的关键入口。每个餐厅的门口都摆着二维码，每个活动场所的入口都摆着二维码，每个餐台上都有餐厅的二维码微信公众号，扫一扫就能打折甚至买单。

曾经有很多人说“微信和 O2O 是天然结合”，具体怎么结合的，却是各家有各家的看法。本章作为介绍微信 O2O 营销的第一章，首先就来搞清楚它们之间的关系。

1.1 微信和公众号

微信，本来是朋友之间交流的一个平台，但是公众号的推出，给个人、企业和组织提供了业务服务与用户管理能力的全新服务平台。这里不再是朋友之间的交流，而成为了企业与用户之间的交流。

如果只了解微信，不了解公众号，那说明你还没有开始让微信为企业服务。这里就简单来说明一下公众号的使用，为接下来 O2O 的推广做一个铺垫。因为没有公众号，就不会有微信 O2O 的强强联合。

微信公众号有 3 种：

- 服务号：给企业和组织提供更强大的业务服务与用户管理能力，帮助企业快速实现全新的公众号服务平台。
- 订阅号：为媒体和个人提供一种新的信息传播方式，构建与读者之间更好的沟通与管理模式。
- 企业号：为企业或组织提供移动应用入口，帮助企业建立与员工、上下游供应链及企业应用间的连接。

不同类型的公众号的功能不一样，权限也不一样，如图 1-1 所示。

功能权限	普通订阅号	认证订阅号	普通服务号	认证服务号
消息直接显示在好友对话列表中			✓	✓
消息显示在“订阅号”文件夹中	✓	✓		
每天可以群发1条消息	✓	✓		
每个月可以群发4条消息			✓	✓
基本的消息接收/回复接口	✓	✓	✓	✓
聊天界面底部，自定义菜单		✓	✓	✓
九大高级接口				✓
可申请开通微信支付				✓

图 1-1 公众号的区别

既然要做营销，肯定要有自己的平台，比如用户去哪里了解你，去哪里关注你的新消息。这些正是公众号刚开始存在的意义。当然，随着营销和微信开发的功能越来越多，用户和公众号之间的黏性也越来越大。

1.2 微信做 O2O 的优势

O2O 最简单的解释就是线上到线下。再简单地来解释就是：把关注你微信公众号里的用户拉到你线下的店里来。比如，你的公众号提供了在线订房优惠，用户被吸引过来订了房，就得来你的店里体验了。

很多人说，以前也有这种形式，我们通过携程订房，然后到酒店入住。没错，只是微信让一切可以随时随地发生，而且步骤更简单，操作更轻松。最重要的是，企业可以直接面对自己的用户，更直接，也更垂直。传统企业把 O2O 作为一种线上的营销渠道，利用网络渠道把业务面覆盖得更广。实际上，O2O 最直接的好处就是减少一切中间桥梁，让业务或者说让服务直接面向消费者。

了解了 O2O，我们再来看一下，为什么微信+O2O 的威力巨大？微信已经成为了一个生态链，公众号作为大入口，结合 SOSO 地图、大众点评、滴滴打车、高朋网等生活服务模块，以微信支付作为闭环，使微信的 O2O 整个链条都完善起来。在这个 O2O 里，有微会员卡帮我们笼络用户，有服务用户的所有衣食住行服务，最关键的就是微信支付，用户用一个微信平台就能完成所有的事情，从搜索查找 to 支付离店。

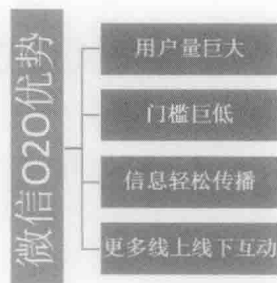


图 1-2 微信 O2O 的优势

利用微信来做 O2O 有 4 大优势，如图 1-2 所示。

1. 用户量巨大

6 亿的微信用户，毫无疑问是用户量最大的平台了，甚至超过了 QQ，因为微信植根于手机，我们无时无刻不在用它，用户在哪里，商家的眼球就应该在哪里，这是微信 O2O 最关键的所在。

2. 门槛巨低

什么样的人或企业能申请公众号呢？这个基本没有底线，拿一张身份证，个人也

可以开通公众号，可以通过微博、blog 等来吸引粉丝关注，这些可能一分钱都不需要花。当然付出一点点时间成本，收益却是我们想象不到的巨大。

3. 信息轻松传播

借助微信的庞大用户群，微信上的信息也很容易被传播。微信已经是最大的沟通工具，如果能够号召人群或朋友分享信息，进行病毒式的传播，将会有看不到或想不到的好效果。易于传播、轻松传播、低成本传播，给企业增加庞大的用户群提供了良好的平台，也让用户体验得到了一定的提升。

4. 更多线上线下互动

有了用户不是关键，关键是用户要能一直关注你，如果是僵尸粉，就是有再多，也不能为企业产生利润，而公众号提供一些优惠券、活动、积分分享优惠、玩游戏赚积分、微会员卡等接口，来驱动用户完成与商家的互动，这些才是真正的提升用户体验、黏住用户的做法，也是微信带给商家和用户共同的好体验。

O2O 正在颠覆传统商业，或者说让传统商业更易于借道移动互联网，微信为各行各业提供了商业创新的平台，并希望各行各业的企业，能够在微信这个平台上“长”出更多的创新商业模式。这也是微信一直强调的——微信是一个平台。

1.3 微信 O2O 营销的优势

如果不能充分挖掘微信营销的优势，我们就无法做好微信 O2O，毕竟不管是服务或是产品，拥有更多的用户才是基本目的。当然，最高目的是赢利，但没有用户，哪来的赢利呢？

腾讯一直说：微信不是一个营销工具，但微信却具备了很多营销工具不具备的先天优势。既然要学习微信 O2O，就必须了解，微信可以为企业提供哪些营销优势。

1. 营销成本低

以前我们做营销，比如，上传传统媒体或者互联网媒体，那都是要先付钱的，而微信营销，我们只要搭建一个公众号平台，然后生成一个二维码，发在博客上，或者微博上，或者朋友圈里，就能通过一传十、十传百的威力来开展营销，这样获取 1 万个粉丝的成本接近于 0。当然，说起来容易，做起来难。不一定就是零成本营销，毕竟

要想笼络住客户，还是需要一些方法和一些互动的，比如发放点小礼品，这些可能都是成本。但相对于企业传统媒体上的花费来说，可的确是约等于没有成本了。

2. 微信范围广

微信的用户已经有 6 亿，而且微信的用户涉及各行各业，并不是只有 90 后和新新人类，基本上我们所有的用户都在微信上，而且微信 O2O 形成另一个闭环，基本上所有的服务都能在微信上完成。用户可以下订单，可以直接付费，可以用地图寻找商家所在地，可以用群约上三五好友。

这里说的范围广，包含了使用范围广，用户群基数是毋庸置疑的；还包含了推广范围广，你的信息可以被推送到微信涉及的任何领域。

3. 营销定位精准

不是一家人，不进一家门。微信就有这种特质。微信的群，就是一帮志同道合的人在一起，这个非常类似于 QQ 群，大家在群里讨论共同的兴趣爱好。通过微信二维码关注企业号的用户，也是对企业有一定认可度的粉丝。在这样的境况下进行营销，可以说是百分之百的精准定位，他们不会觉得这是广告。比如一个美容的公众号，关注它的肯定都是对美容感兴趣的用户，如果你推广一款美容产品或有关美容的服务，他们不会觉得被骚扰，但如果没有精准定位，用户就会立刻取消关注。

4. 大数据免费分析

微信公众号后台提供了一些数据分析，这些数据可以帮助我们更好地定位提供的公众号内容和服务，比如哪些阅读率低，哪些转发率低。我们再根据这些数据，找到低的原因，以优化我们的服务。这样周而复始，利用大数据，我们能提供更好的服务和更好的产品。

1.4 这些行业的营销都离不开微信

微信是移动互联网的一把利器，不会用的传统企业会被其所伤，会用的传统企业将会事半功倍，产生巨大的用户量和效益。不光传统企业，互联网企业也要引起注意了。下面来说说微信 O2O 给这些行业带来的改变。

1. 娱乐行业

娱乐行业是大众业余生活的最爱，无论是在手机上用唱吧，还是在现实生活中去 KTV，是在电脑上听在线音乐、玩游戏，这些都是大众用来放松的一种方式。

微信改变了这一行业，去 KTV 唱歌，我们可以直接用微信预订，可以用微信查看 KTV 的环境，可以用微信公众号提供的优惠券，还可以在线查看 KTV 的曲库。

不仅仅是 KTV，一些歌曲网站、手游、排行榜等都借助微信开辟了另一片天地。

2. 金融行业

都说互联网要颠覆金融行业，微信已经开始颠覆了。

我们以前查询余额或者办卡有几种方式：网络在线、电话银行、ATM 和银行大厅。现在呢，一个微信公众号可以搞定所有这些，操作更简单，流程更简化。微信可以开卡，微信可以查余额，微信可以交各种费用，微信还能无卡取款、查询积分、查看最新银行通知。

不光是银行，各种财经网站、证券、保险都受到了微信的颠覆。

3. 汽车行业

滴滴打车、快的打车已经颠覆了出租车行业，改变了传统打车方式。利用微信，我们可以做得更多，比如用 LBS 定位附近的加油站、停车场，还能用微信拼车、租车，找一帮改装车的爱好者。利用微信，我们还可以预约租车、试车。

最最重要的是，可以随时随地实现上面说的这些功能。

4. 生活服务行业

微信的广告语是：微信，是一个生活方式。没错，微信改变最大的就是生活，其实大部分的行业都与我们的生活息息相关，涉及衣食住行各个方面。所以说，微信 O2O 改变最大的就是生活服务行业。

利用微信，我们可以雇用保姆直接上门服务，或提供更好的个性培训服务、会员服务、有针对性的门店服务。

5. 教育行业

培训技能的学校和全国各大院校，这里有各种知识培训，有技能培训。微信公众号会提供一对一问答、咨询服务，大型学校还会提供微信的校内导航、培训班报名等服务，还有定位查询服务，找宿舍、找校友、找志同道合的同学不再是麻烦事。

6. 旅游行业

微信强大的真实和陌生兼备的社交功能，真实关系链、口碑性传播等优势使得它成为旅游行业当前最为重要的营销工具。利用微信，我们可以实现范围更广的传播，比如途牛的1元去旅行、阿里旅行的0元机票，都在微信圈产生了病毒性的传播。几乎所有的旅游服务企业都推出了公众号，并且为了黏住用户，还基本上每天都举行各种旅行活动。尤其是O2O的布局方面，旅游公众号都推出了战略级别的服务内容，从用活动吸引用户，到用数据分析用户的旅行行为，再到提供旅行线路上的各种优惠和服务，是一个生态链级别的营销系统。

7. 房地产行业

房地产行业最主要的是涉及买卖房屋、租赁房屋这两大板块。用户去看房，首先要看房子的结构、面积、朝向，而通过微信，这些都可以完成。大部分房地产行业已经布局了微信O2O，提供了一对一的咨询服务，毕竟买房子不是小事，咨询是很关键的一环。

目前房地产行业的微信营销大都以活动和LBS定位推广为主。

8. 酒店行业

酒店行业和旅游行业一样，靠微信来吸引大量的客流。90后消费主体已经不习惯在网上搜索某个酒店，而是直接微信关注这个酒店，看看有什么活动，甚至有时候为了一个好的酒店活动开启一个旅程。

目前酒店行业利用微信主要是提供订单和服务，很多酒店公众号实现了一键下单的服务流程。用户能很方便地查询入住的酒店是否有空房，环境怎么样，有哪些优惠和有哪些服务。

9. 互联网行业

传统企业之前一直怕被互联网企业超越，但微信给了它们一个弯道超车的机会。当然，互联网企业也不甘落后，电子商务网站利用微商实现移动端购物，团购网站利用微信推送更好的优惠服务或产品。网站的活动没有人关注了，可以把这些活动转移到微信的阵地上来，微信的高送达率是互联网企业最最看重的营销特色。

10. 餐饮行业

“民以食为天”，说得一点都不错。目前，大型购物商圈最开始积聚人气的做法，就是尽可能地把所有好吃的都集中到商场里来，很多人吃完饭在商场里溜达溜达，就

可能会带来其他商品的销售。

餐饮行业是最先被微信颠覆的一个行业,最开始它们对微信的应用,就是优惠券,扫码就有优惠,扫码送可乐,扫码打8折。这些活动的确吸引了很多人,每张饭桌上都摆一张二维码卡片,既然省钱,基本上95%以上的食客会扫二维码。随着微信会员卡的推出,以前人们只是到了餐厅吃饭的时候才会关注这个公众号,有了会员卡就不同了,餐厅可以分析用户的饮食习惯,用户也可以随时收到会员消费打折通知,真正地将用户和餐厅联系了起来。

本书会从以上介绍的这些行业入手,详细分析行业内的高手营销都是怎么做的。

1.5 微信 O2O 行业解决方案

微信 O2O 有公众号的优势,有自身客户群基数的优势,这些对于任何营销来说都是有利的。对于 O2O,微信提供了什么样的解决方案呢?用以下几个方面来总结一下,具体的操作则可以关注后面的 100 个案例。

1. 支付场景

从微信支付一推出,业界便纷纷叫好,说微信实现了线上到线下的完整闭环。因为打造一个 O2O 消费生态闭环系统,社交场景、支付场景必须与服务系统实施对接

(如图 1-3 所示)。社交和服务微信都具备了,微信支付推出后,一切便都齐全了。

微信支付目前分为扫码支付、App 内支付和公众号支付 3 种。

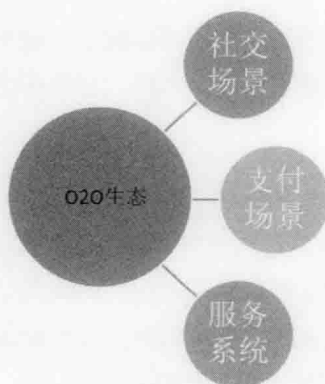


图 1-3 O2O 生态

(1) 如中国最大的自动售货机运营商友宝与微信的合作就是扫码支付。友宝一般布局在地铁站和高档写字楼内,是带屏幕的售货机。每次购买一件商品后,屏幕上会显示“选择支付方式”,如果选择微信支付,就会显示一个二维码,我们通过扫码支付来购买商品。

(2) 众所周知,腾讯已经入股大众点评,在微信中也有大众点评的一席之地。大